

ÉTUDE DE CAS

UFC Que Choisir : qualité de service et respect du consommateur au cœur de sa stratégie d'email marketing



➔ «Le travail et les efforts fournis sur la qualité donnent toujours des résultats, et représentent un vrai retour sur investissement accessible à tout le monde quelque soit la taille de l'entreprise. Avoir un outil permettant de mieux connaître ses abonnés pour mieux les servir est donc primordial. »

(Arnaud LE MÉROUR Directeur du Département Nouveaux Médias - UFC-Que Choisir)

 [Logiciel emailing](#)

En Bref

CHALLENGE :

- Générer de nouveaux abonnés payants grâce à la qualité des messages réalisés sur les abonnés non payants
- Fidéliser des abonnés payants par le biais de messages pertinents
- Gestion d'une base de données propre en temps réel

SOLUTIONS :

- Collecte de données de qualité, qualifiées et respectueuse de la loi
- Bonne délivrabilité, fiable sur tous les envois de newsletters
- Interfaçage en temps réel pour la gestion des données

RÉSULTATS:

- Le nombre de visiteurs fidélisés par la newsletter hebdomadaire a triplé
- Gain de temps et ciblage pertinent grâce à l'envoi automatique de messages
- Excellents scores de délivrabilité grâce à une base de bonne qualité, à l'étude des statistiques de campagnes et une infrastructure performante

UFC Que Choisir

Lieu :	France
Secteur:	Association de consommateurs
Site Web :	http://www.quechoisir.org
Produits :	logiciel emailing



Lorsque l'UFC-Que Choisir renouvelle sa confiance en eCircle en 2008, l'association cherche une solution fiable, souple et performante permettant un interfaçage optimal des systèmes d'informations. Collecter de nouvelles adresses proprement c.à.d. dans le respect total de l'internaute, réaliser des segmentations complexes et disposer d'un outil délivrant parfaitement les messages étaient au cœur de ses préoccupations.

Que Choisir soutient et informe les consommateurs sur tous les thèmes relatifs à la consommation et ce, au travers de publications imprimées et depuis 2002 du site www.ufcquechoisir.com qui offre aux consommateurs des milliers d'articles, essais comparatifs et informations pratiques. L'acquisition et la fidélisation d'abonnés aux newsletters fait donc partie intégrante de la stratégie marketing mise en place par Que Choisir.

→ Une relation initiée en 2002

UFC-Que Choisir utilise le logiciel emailing eC-messenger depuis 2002. En 2008, à la recherche d'une solution technique puissante et facile d'utilisation, UFC-Que Choisir renouvelle sa confiance en eCircle après avoir testé simultanément différentes plateformes concurrentes. En fait, la nouvelle version d'eC-messenger, déployée en mars 2008 répondait totalement à ses attentes en termes de performances et de capacités de l'outil. De plus, certaines des fonctionnalités demandées par Que Choisir ont été intégrées à la version 5.0.

Zoom sur ce qui a fait la différence : la récupération en temps réel des données utilisateurs, le moteur de scénarios automatiques, la délivrabilité ou encore la possibilité de disposer d'un outil unique de reporting et de gestion de contenu utilisable par une équipe Internet regroupant 10 personnes, de profils et de métiers différents. Un autre point important et pas des moindres, concerne l'accompagnement et les conseils marketing et rédactionnels. UFC-Que Choisir a été totalement séduit par les équipes techniques et commerciales d'eCircle. En effet, l'apport de conseils pratiques et leur force de proposition ont permis, outre l'optimisation de l'outil et

une prise en main rapide, d'être à la pointe de la délivrabilité. eCircle est ainsi apparu comme le partenaire idéal de par sa capacité à écouter et anticiper les besoins de ses clients.

→ Objectif : Communication ciblée

L'UFC-Que Choisir souhaite informer, établir une relation durable avec ses abonnés, et générer du trafic sur le site Internet. Elle attend de ses campagnes emails qu'elles l'aident d'une part à fidéliser les abonnés payants par le biais de messages pertinents et ciblés, d'autre part à générer de nouveaux abonnés payants grâce à l'envoi d'informations de qualité. Gérer ses bases de données en temps réel, améliorer sa notoriété tout en garantissant aux consommateurs la protection de leurs données personnelles sont autant d'éléments importants.

Pour atteindre ses objectifs, l'UFC-Que Choisir opte pour l'envoi de newsletters thématiques mensuelles, hebdomadaires ou ponctuelles en fonction des cibles visées et ce, afin de mieux communiquer avec chaque internaute.

«De par son accompagnement et ses conseils, eCircle est apparu comme partenaire idéal nous permettant, en plus d'être à la pointe de la délivrabilité»

Arnaud LE MÉROUR

Directeur du Département Nouveaux Médias
UFC-Que Choisir

La plateforme eC-messenger permet à l'UFC-Que Choisir d'envoyer aujourd'hui :

- 1 newsletter hebdomadaire gratuite grand public d'information s'adressant à 130 000 membres,
- 1 newsletter mensuelle d'information s'adressant à 38 000 abonnés payants,
- 1 newsletter commerciale mensuelle envoyée à 100 000 anciens abonnés,
- et enfin des campagnes politiques ou bien commerciales ciblées selon l'actualité ou les centres d'intérêt des destinataires et envoyées à plus de 150 000 internautes selon l'annonce.

Depuis la mise en place de la solution eC-messenger en 2002, la proportion de visiteurs mensuels fidélisés par la newsletter hebdomadaire a triplé.

➔ Collecte et synchronisation

eCircle assure la collecte des abonnés non payants directement à partir des sites de l'UFC-Que Choisir via des formulaires online sur lesquels seul le champ email est obligatoire afin de ne pas contraindre les utilisateurs. Chaque élément déclaré peut être utilisé pour segmenter la base, et comme tout est modulable, cela

permet d'adapter au mieux le message. Les nouvelles adresses e-mails sont recueillies en double opt-in, la transmission des données étant immédiate, la plateforme de routage eC-messenger gère l'envoi automatique du message de confirmation en temps réel au nouvel inscrit.

Pour ce qui est de la synchronisation des données, hormis la collecte d'adresses, le logiciel emailing eC-messenger, permet, entre autres, de prendre en compte tous les désabonnements instantanément pour éviter d'éventuelles plaintes et si plaintes il y avait, la plateforme permettrait de traiter spécifiquement l'adresse de façon immédiate et automatique.

Pour UFC-Que Choisir qui a une base clients très disséminée entre abonnés clients web, abonnés magazine papier avec e-mail, base adhérents etc, la synchronisation des données était un point essentiel. Il était donc nécessaire de mettre en place des passerelles d'échanges pour synchroniser les données dans le total respect de l'utilisateur et avec comme devise principale « mieux le connaître pour mieux le servir ». La sécurité des fichiers stockés dans la base est primordiale puisqu'il s'agit de protéger les données des consommateurs. Arnaud Le Méroux se réjouit que la solution d'eCircle permette de gérer ce contrat de confiance dans le respect de la politique de protection des données personnelles. Tous ces différents éléments de collecte et de synchronisation jouent bien évidemment en faveur d'une délivrabilité optimale des e-mails, qui tient tant à coeur au département internet d'UFC-Que Choisir. >>>



Newsletter hebdomadaire



Newsletter mensuelle



Newsletter anciens abonnés

➔ Pour atteindre ses objectifs, l'UFC-Que Choisir opte pour l'envoi de newsletters thématiques mesuelles hebdomadaires ou ponctuelles en fonction des cibles visées et ce, afin de mieux communiquer avec chaque.

➔ Gain de temps via l'automatisation

Afin qu'UFC-Que Choisir puisse envoyer des informations pertinentes toujours mieux ciblées, eCircle a mis en place des rapports de statistiques extrêmement complets permettant notamment l'extraction des ouvreurs et/ou des cliqueurs pour une repasse automatique. Le split testing facilite la tâche à UFC Que Choisir, car une quantité importante de tests simultanés sur les objets et contenus peut être générée sans consommer trop de temps, l'analyse des comportements en est donc plus fine et les contenus plus pertinents.

De plus, grâce aux connaissances des équipes techniques d'eCircle, la gestion automatisée des NPAl par la mise en place d'une routine automatisée des hard et des soft bounces a pu être gérée de la façon la plus intelligente et respectueuse des utilisateurs.

Par ailleurs, le « Welcome Pack » est un vrai gain en termes de gestion et permet aussi de mieux connaître les intérêts des clients. Les possibilités d'automatisation sur la plateforme de routage eC- messenger sont innombrables, différents scénarii sont d'ailleurs en cours de réalisation par l'équipe online d'UFC Que Choisir pour l'envoi automatique de messages à des périodes ou fréquences différentes. La programmation des relances de campagnes automatiques sur des cibles très fines va encore être développée.

➔ Demain, encore plus loin avec une délivrabilité maximale

Pour ce qui est de la délivrabilité, les équipes d'UFC ont été aimablement alertées, formées et informées par eCircle sur les différents aspects et ont ainsi souscrit à au service Sender Score Monitoring de Return Path. La mise en place a été rapide, toutes les listes et les créations ont rapidement confirmé les très bons scores. Rien n'a été laissé au hasard : Wording, optimisation des taux de rejets, la qualité a pris une dimension importante ce qui a également contribué à la motivation des équipes graphique, technique et marketing qui travaillent main dans la main pour le même objectif commun.

Grâce à l'utilisation le Sender Score Monitoring tool et à l'analyse des reportings, d'excellents scores ont été atteints en quelques jours.

Exemple: l'amélioration rapide et significative des scores des filtres anti-spam (SpamAssassin) Avant, les newsletters passaient les filtres anti-spam à 78% et obtenaient des Spam Assassin Scores de 5,1. Aujourd'hui, grâce aux outils de monitoring et aux conseils des équipes d'eCircle, elles passent les filtres anti-spam à 100% et enregistrent un Spam Assassin Score de 1,4. Mais UFC-Que Choisir ne s'arrête pas là dans sa quête à la délivrabilité idéale et a postulé au programme Label Certificate Sender Score qui devrait être mis en place d'ici la fin d'année. ■



➔ www.ecircle.com ➔ info-fr@ecircle.com ➔ +33 (0)1 53 80 48 00

France :
eCircle SARL
2, Cité Paradis
75010 Paris

Allemagne :
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

Grande Bretagne :
eCircle Ltd.
5-9 Hatton Wall
London EC1N 8HX

Italie :
eCircle S.r.l.
Via San Gregorio, 40
20124 Milano

➔ **A propos d'eCircle:** eCircle est un des leaders européen de l'email marketing. eCircle possède à la fois la base de données la plus complète destinée à l'emailing et à la génération de leads, et un logiciel emailing à la pointe de la technologie dédiée à la gestion de campagnes emails. Depuis 1999 eCircle élabore des solutions d'emailing innovantes et efficaces consacrées à l'acquisition de clients et à la fidélisation. De nombreux grands comptes et agences, comme Citibank, Ferrari, Nintendo, Samsung ou encore Hewlett Packard font confiance à l'expertise d'eCircle ainsi qu'en l'implication de ses employés. eCircle compte plus de 160 collaborateurs. Le siège social est à Munich en Allemagne et la société possède des bureaux à Paris, Londres et Milan.